

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa globalisasi disaat ini dunia usaha tumbuh dengan sangat pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan menyebabkan kenaikan jumlah usaha yang bersifat sejenis menimbulkan persaingan yang terus menjadi ketat ditandai dengan timbulnya banyak berdirinya bermacam jenis kedai makanan. Kedai makanan ataupun gerai makanan biasanya merupakan [tempat](#) yang dipakai buat mempersiapkan serta menjual makanan ke masyarakat, umumnya disaat dimana sekelompok besar orang berada di luar ruangan seperti di taman, pasar malam, dekat stadion ataupun yang lain. Untuk menghadapi situasi serta kondisi persaingan bisnis yang terus menjadi semakin ketat, pengusaha harus mampu, cepat serta tanggap dalam mengambil keputusan supaya usaha yang didirikannya bisa berkembang dengan baik. Pelaku usaha wajib dapat mempertahankan pasar serta memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus sanggup menguasai kebutuhan dan kemauan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan serta kemauan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting untuk perusahaan agar merancang strategi pemasaran untuk dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya serta bisa bertahan dalam bersaing di pasar.

Bisnis Kedai makan dengan nuansa nyaman serta santai juga banyak diminati oleh masyarakat, baik pekerja ataupun pelajar serta mahasiswa untuk mengurangi kepenatan, kejenuhan serta rasa letih akibat rutinitas yang dilalui setiap harinya. Dalam menanggulangi perihal tersebut, banyak orang memilih hiburan yang membuat hati senang, seperti bioskop, mall, restoran, serta kedai makan yang memiliki tempat untuk nongkrong. Sebab hiburan ialah kebutuhan yang tidak bisa dihilangkan dari manusia yang diakibatkan pola serta style yang terus meningkat seiring perkembangan perekonomian.

Perhatian khusus terhadap pentingnya konsumen dengan melihat kebutuhan serta kemauan dan kepuasan konsumen jadi aspek kunci agar keberhasilan usaha ditengah persaingan yang semakin ketat. Kualitas mutu pelayanan ialah salah satu aspek penting dalam menguatkan daya saing. Harapan konsumen selalu berganti sehingga kualitas

pelayanan harus diberikan dan juga harus disesuaikan. Konsumen akan menilai suatu pelayanan yang diberikan dari suatu perusahaan yang akan dibandingkan dari perusahaan dengan satu perusahaan lain yang sejenis, juga dengan menyamakan pelayanan yang akan diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Sebab itu, dalam berbisnis dituntut agar dapat memberi sesuatu yang berharga serta dapat memberikan suatu kesan yang membekas bagi konsumen, dengan metode memberikan suatu kepuasan melalui pelayanan yang cepat dan ramah.

Tujuan suatu usaha didirikan yaitu untuk menciptakan konsumen agar merasa puas. Salah satu tindakan agar memuaskan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan ke konsumen dengan sebaik-baiknya. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan serta kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama dalam bisnis di bidang kedai makan, konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang cepat serta ramah akan memberikan nilai yang baik bagi kedai tersebut. Kualitas dalam pelayanan merupakan suatu profit strategi agar bisa menarik lebih pelanggan baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen serta menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan suatu kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha agar mewujudkan kenyamanan kepada konsumen agar konsumen selalu merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen yaitu merupakan faktor yang penting, kualitas layanan agar lebih dekat untuk kepuasan konsumen agar memberikan harapan lebih serta sebaliknya. Dengan adanya suatu kualitas pelayanan yang bisa diberikan, maka secara tidak langsung suatu kepuasan konsumen akan tercipta.

Dalam ukuran suatu keberhasilan penyelenggaraan dalam pelayanan ditentukan dari tingkat kepuasan penerimaan pelayanan. Kepuasan penerimaan pelayanan dicapai bila penerima pelayanan mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan yang diharapkan.¹ Sebaliknya, di mana situasi ketidakpuasan akan terjadi apabila konsumen telah menggunakan jasa yang telah dibeli dan merasa bahwa kinerja suatu produk ternyata tidak dapat memenuhi harapan. Ketidakpuasan dapat menimbulkan suatu sikap negatif

¹ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hlm. 92

terhadap brand maupun produsen ataupun penyedia produk serta berbagai macam perilaku complain.²

Kepuasan suatu konsumen merupakan salah satu tingkatan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen agar dapat terpenuhi dan dapat mengakibatkan terjadinya suatu pembelian ulang ataupun kesetiaan yang berlanjut. Agar semakin terpenuhi banyak harapan dari konsumen tentu para konsumen akan menjadi semakin puas. Dan jika seorang konsumen merasa puas dengan suatu nilai yang diberi oleh salah satu produk ataupun jasa diberikan, itu sangat besar kemungkinan agar konsumen akan menjadi pelanggan untuk waktu yang lama.³ Suatu usaha wajib mempunyai strategi-strategi agar penjualan makanan atau minuman, sehingga konsumen agar dapat dipertahankan keberadaannya ataupun lebih ditingkatkan jumlah konsumennya. Jika konsumen merasa sangat puas, maka konsumen tersebut akan melakukan suatu pembelian secara berulang-ulang.

Kabupaten Kediri merupakan Kabupaten yang memiliki banyak tempat kuliner, bahkan di Kabupaten Kediri sudah tidak asing lagi yang namanya Kedai makanan. Banyak Kedai makanyang berdiri di Kabupaten Kediri, salah satunya berada di Kec. Kras Kab. Kediri. Di sekitar Kec. Kras terdapat beberapa kedai makanan yang menyediakan makanan dengan aneka varian yang beraneka macam dan tentunya juga sangat diminati oleh semua kalangan, seperti Kedai mie pedas, Kedai Minuman, Kedai Bakso, Kedai Pizza, dan lain sebagainya.

Salah satu Kedai makan yang diminati di Kabupaten Kediri khususnya di Kec. Kras adalah Seblak Imut. Seblak Imut ini terletak di Jl Dharma Bakti No. 19- 14, Kras Kec. Kras Kab. Kediri. Seblak merupakan olahan masakan dengan bumbu rempahnya yang khas dan tentunya juga terdapat bahan pelengkap utamanya seperti krupuk dan telur. Disana juga tersedia varian topping dan tingkat kepedasan yang bermacam-macam. Seblak Imut merupakan tempat yang cocok bagi kalangan anak-anak, remaja ataupun dewasa. Selain lokasinya yg strategis, tempatnya juga enak, nyaman, dan bersih. Selain itu, di tempat ini juga memiliki pelayanan yang cepat, ramah saat melayani konsumen serta terdapat hal

² Fandy Tjiptono, *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima, Edisi Kedua*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2008), hlm. 302

³Husein Umar, *Studi kelayakan Bisnis : Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, (Jakarta : Gramedia , 2005), hlm. 65

yang menarik seperti disediakan kontak person untuk jasa pengiriman tanpa melalui aplikasi ataupun menggunakan ojek online, dan untuk biaya pengirimannya sangat terjangkau. Sehingga sangat memudahkan konsumen karena konsumen tidak perlu repot-repot menggunakan aplikasi dan menunggu untuk dikonfirmasi.

Alasan peneliti mengambil penelitian ini adalah saya melihat strategi pelayanan pada Seblak Imut Kras. Strategi pelayanan yang dilakukan sangat tepat karena kita dapat memesan dengan lebih mudah, tanpa menggunakan aplikasi maupun menggunakan ojek online, mereka memiliki strategi pelayanan yang dapat memudahkan konsumen saat memesan dengan menggunakan *delivery order*. Pada zaman modern sekarang ini banyak sekali terdapat berbagai macam makanan yang tentunya juga tidak kalah trend dengan makanan seblak. Dengan adanya berbagai macam makanan selain seblak, apakah dengan adanya strategi pelayanan yang dilakukan di Seblak imut mampu memuaskan konsumen. Apakah dengan adanya strategi pelayanan di Seblak imut mampu meningkatkan daya saing diantara Kedai makanan yang lainnya.

Tabel 1.1

Data Cabang Seblak Imut

No	Nama	Alamat
1	Seblak Imut Kras	Jl Dharma Bakti No. 19- 14, Kras Kec. Kras Kab. Kediri
	Seblak Imut Ngadiluwih	Jl. Tamtama No.585-521, Purwokerto, Kec. Ngadiluwih, Kab. Kediri
2	Seblak Imut Sambu	Jl. Raya Kediri- Blitar, Ringinrejo, Sambu, Kec. Ringinrejo, Kab. Kediri
3	Seblak Imut Mojo	Jl Raya Mojo, RT 02 RW 03, Mlati Kec. Mojo Kab. Kediri

Sumber : Seblak Imut

Berdasarkan table 1.1 dapat diketahui bahwa Seblak Imut memiliki beberapa cabang yang tersebar didaerah Kediri selatan. Seblak Imut Kras merupakan yang pertama didirikan dan Mojo yang paling akhir.

Tabel 1.2

Pendapatan Seblak Imut Kras dalam Kurun Waktu 3 Tahun⁴

No	Tahun	Pendapatan @ Tahun
1	2018	Rp. 9.600.000
2	2019	Rp. 11.340.000,-
3	2020	Rp. 12.600.000,-

Sumber: Seblak Imut

Berdasarkan table 1.2 diatas diketahui bahwa pendapatan di Seblak Imut Kras mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Perbedaan yang menonjol dari pelayanan Seblak Imut Kras dengan seblak yang lain adalah Seblak imut kras menyediakan pelayanan pengiriman pesanan atau jasa pesan antar. Apabila kita ingin memesan kita tidak perlu repot untuk kelokasi kedai atau menggunakan aplikasi lain seperti GOJEK ataupun Grab, cukup menghubungi nomer yang disediakan. Selain itu biaya pemesanan dari outlet lebih murah dibandingkan lewat jasa lainnya. Selain itu menu dalam Seblak Imut memiliki aneka ragam varian topping dapat dipesan sesuai keinginan pembeli.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Peran Strategi Pelayanan Kedai Seblak Imut Kras Kabupaten Kediri Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Penjualan”**

⁴ Oky, Owner Seblak Imut, 29 Mei 2021

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dalam masalah di atas, maka permasalahan di penelitian ini dapat dirumuskannya sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Pelayanan pada Kedai Seblak Imut Kras ?
2. Bagaimana Peran Strategi Pelayanan Kedai Seblak Imut Kras Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Penjualan ?

C. Fokus Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sasaran yang ingin dicapai didalam penelitian. Dengan perlu melihat konteks serta fokus penelitian diatas, oleh karena itu tujuan yang ingin dicapai didalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pelayanan pada Kedai Seblak Imut Kras
2. Untuk mengetahui bagaimana peran strategi pelayanan Kedai Seblak Imut Kras terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan penjualan

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dari segi teoritis maupun praktisnya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Untuk mendapatkan suatu gambaran yang jelas berdasarkan peran strategi pelayanan Seblak Imut dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai informasi agar menambah ilmu pengetahuan tentang peran strategi pelayanan Seblak Imut dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

- b. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai sumber bahan kajian yang dapat dimanfaatkan untuk penelitian dengan studi kasus yang sejenis khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

E. Kajian Pustaka

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis telah meninjau beberapa hasil penelitian terdahulu yang sesuai dan relevan untuk digunakan sebagai bahan rujukan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan *Perspektif Ekonomi Islam* (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar Di Pt. Pln (Persero) Rayon Purbalingga”, skripsi dari Sri Atun Chasanah, IAIN Purwokerto, Tahun 2015. Penelitian ini berlokasi di PT. PLN Persero Rayon Purbalingga yg menerapkan beberapa bentuk dari suatu strategi pelayanan untuk tercapai suatu tingkat kepuasan pelanggan. Diantaranya yaitu dengan memberikan pelayanan kemudahan dalam pembayaran ataupun memperluas jaringan dalam pembayaran melalui PPOB (Payment Point Online Bank) dan agar penanganan gangguan jaringan distribusi listrik yang menggunakan aplikasi APKT (Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu). Sedangkan hasil dari analisis ekonomi Islam, kualitas suatu pelayanan yang diterapkan terdapat beberapa aspek diantaranya tangible, reliablity, responsiviness, assurance, dan emphyaty yang mampu memenangkan hati konsumen sehingga kepuasan pelanggan mudah tercapai. Perbedaan dengan penelitian saya itu terletak pada objek serta tidak meneliti etika bisnis Islam, sedangkan persamaannya yaitu sama-sama meneliti mengenai strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. “Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah dalam Sistem Murabahah Pada *Leasing FIF (Federal International Finance) Syariah* Taman Palem Asri Jakarta Barat”, skripsi oleh Rustian Zaka Rullah, UIN JAKARTA, Tahun 2016. Dalam penelitian ini hasil dari analisis yang digunakan yaitu strategi pelayanan yang

memberikan produk yang berkualitas, memberikan suatu kualitas pelayanan yang ramah tamah dan mengutamakan kepentingan ataupun pencapaian kepuasan dari nasabah, memberi jaminan keamanan dalam suatu produk ataupun pelayanan yang diberikan agar diharapkan pelanggan mendapatkan kepuasan. Dalam persamaan dengan penelitian tersebut ialah meneliti tentang strategi dalam pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan perbedaannya penelitian ini yaitu menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian yang saya tulis tidak menggunakan. Obyek kami diteliti juga berbeda.

3. “Strategi Pelayanan Pt. Bank Bukopin Tbk dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Makassar”, skripsi dari Aliyah, Universitas Hasanuddin Makassar, Tahun 2012. Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) agar mengetahui strategi pelayanan dari pt. bank bukopin tbk untuk meningkatkan loyalitas nasabah di makassar; (2) untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang berpengaruh dalam strategi pelayanan di Pt. Bank Bukopin Tbk untuk meningkatkan loyalitas nasabah di makassar. penelitian ini dilakukan di Kabupaten Makassar pada kantor pusat di Pt. Bank Bukopin, Tbk Cabang Makassar. Informan didalam penelitian ini terdiri dari lima orang yaitu *manager operasi* serta pelayanan Pt. Bank Bukopin Tbk, *officer pelayanan, customer service, relationship officer dan teller*. Tipe penelitian tersebut bersifat deskriptif kualitatif. Data primer yang dikumpulkan melalui suatu observasi serta wawancara, sedangkan data sekunder dapat diperoleh melalui suatu studi pustaka yang kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam strategi pelayanan Pt. Bank Bukopin Tbk untuk meningkatkan loyalitas dari nasabah di makassar terdiri atas dari kegiatan *bukti langsung (tangibles), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), keandalan (reliability), empati (emphaty)*. Strategi dalam pelayanan di Pt. Bank Bukopin Tbk dapat berjalan dengan baik sebagaimana terdapat peningkatan loyalitas dari nasabah yang signifikan sehingga dalam setiap tahun di Pt. Bank Bukopin menjadi bank yang paling kompetitif serta bisa bersaing dalam kompetisi ketat persaingan antar-bank di Kabupaten Makassar. Dalam penelitian ini juga menjelaskan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan suatu strategi pelayanan di Pt. Bank Bukopin Tbk untuk meningkatkan loyalitas pada nasabah di Makassar, diantaranya adalah : kebijakan perusahaan, biaya, produk, serta

tempat pelaksanaan dan waktu. Persamaan didalam penelitian adalah membahas mengenai Strategi Pelayanan. Dan perbedaan di penelitian ini yaitu pada penelitian yang dulu membahas mengenai loyalitas konsumen serta obyek penelitiannya di Bank Makkasar sedangkan dalam peneltian yang saya lakukan membahas mengenai kepuasan konsumen serta obyek penelitian saya di Kedai Seblak Imut Kras Kabupaten Kediri.

4. “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Perusahaan Batik UD. Setia Jaya Karang Trengggalek)”, skripsi dari Dyah Agustiningtyas, IAIN Tulungagung, Tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini yaitu mendeskripsikan strategi dalam pelayanan batik UD. Setia Jaya untuk meningkatkan kepuasan para pelanggan, serta menjelaskan etika bisnis Islam yang dilakukan dalam strategi pelayanan batik UD. Setia Jaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa dalam perusahaan batik UD. Setia Jaya selalu menggunakan strategi pelayanan dengan pemberian produk berupa kualitas terbaik, cepat tanggap, ketepatan waktu pesanan serta siap membantu pelanggan, berkomunikasi yang baik dengan pelanggan dan pemberian jaminan. Sedangkan mengenai pandangan etika bisnis Islam yang sesuai dengan strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan meliputi tidak adanya suatu syarat-syarat khusus untuk karyawan, memberi produk dengan suatu harga serta kualitas yang sesuai, melakukan suatu inovasi, dan bertanggungjawab dengan pesanan serta melakukan pencatatan dengan sesuai. Persamaan dalam penelitian adalah membahas tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbedaannya, apabila penelitian terhadulu menggunakan tinjauan etika bisnis Islam sedangkan penelitian yang saya tulis tidak menggunakan. Obyek yang diteliti juga berbeda.
5. “Strategi Pelayanan di PT Arminareka Perdana Cabang Surabaya. Dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen”, skripsi oleh Zelvi Dianita, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya , Tahun 2019. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui bagaimana proses strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan jamaah haji dalam pelayana pendekatan yang dilakukan di PT Arminareka Perdana Surabaya. Metode yang dipakai adalah metode kualitatif dengan Teknik pengumpulan data dan

metode kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data observasi serta wawancara secara mendalam. Penelitian dilakukan agar dapat memberikan suatu informasi wawasan untuk masyarakat umum, dengan adanya kebijakan dalam penyelenggaraan ibadah haji umroh. Hasil penelitian yang dibuat tersebut menunjukkan bahwa dalam strategi suatu pelayanan agar kepuasan jamaah haji sangat tinggi sebab para jamaah merasakan kondisi sangat puas terhadap suatu pelayanan yang dilaksanakan oleh PT. Armina perdana Surabaya. Para jamaah akan sangat percaya dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya. Dalam pelayanan yang dilakukan oleh PT. Arminareka Perdana Surabaya adalah pelayanan yang mengutamakan kualitas dalam arti pelayanan utama serta pelayanan tambahan agar kepuasan untuk jamaah Haji dan Umroh. Persamaan penelitian tersebut adalah sama dalam hal membahas tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Perbedaan penelitian ini adalah apabila penelitian terdahulu obyek nya di PT. Arminareka Perdana Surabaya, dan penelitian yang saya tulis obyeknya pada Seblak Imut Kras Kabupaten Kediri.

6. “Strategi *Customer Service* dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk. Unit Batua Raya (pendekatan manajemen islam)”, skripsi oleh Nirwa UIN Alauddin Makassar, Tahun 2018. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif serta menggunakan deskriptif-kualitatif, dan menggunakan data primer dan sekunder. Metode dalam pengumpulan data di penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian, teknik pengolahan serta analisis data menggunakan tiga tahapan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dalam penelitian Strategi customer service untuk memberikan pelayanan terdapat dua kategori yaitu strategi dalam pelayanan yang mendasar termasuk karyawan yang bertugas pada bagian customer service sangat harus bersikap ramah, bisa komunikatif, name tag yang selalu ada dan diperlihatkan. Sedangkan dalam strategi pelayanan paling utama meliputi kompetensi, percaya dan dipercayai, jujur, kontribusi, peduli lingkungan, sosial dan selalu inovasi. Usaha yang dilakukan oleh customer service terhadap suatu pelayanan diberikan ke nasabah dapat dilihat dari keinginan mereka agar terus mau menggunakan jasa dari PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Unit Batua Raya bisa ditunjukkan dengan adanya kepuasan nasabah atas layanan yang diberikan selama ini. Munculnya kepuasan nasabah

memperlihatkan adanya perilaku dari nasabah terhadap PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk, Unit Batua Raya. Implikasi dalam penelitian ini yaitu harus lebih ditingkatkannya kecepatan saat melayani nasabah pada saat keadaan nasabah sangat banyak yang datang. Mempertahankan terus-menerus unsur pelayanan yang diberikan dari customer service yaitu keramahan-tamahan, bersifat komunikatif, dan rapih dalam berpakaian. Persamaan penelitian tersebut adalah membahas tentang suatu pelayanan. Sedang perbedaannya, apabila penelitian terhadulu menggunakan Strategi customer service dalam meningkatkan pelayanan sedangkan penelitian yang saya menggunakan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. penelitian terhadulu menggunakan pendekatan manajemen islam sedangkan penelitian yang saya tulis tidak menggunakan. Obyek yang diteliti juga berbeda.